

MEDYANIN SEYİRLİK SUNAKLARI: YARIŞMA PROGRAMLARI

Sevgi Kesim Güven* -Altan Kar**

GİRİŞ

Medya günümüzde her türlü sosyal, ekonomik ve siyasi değişim üzerinde önemli bir güç haline gelmiştir. Medyanın bu gücü, onun temel işlevlerinden kaynaklanmaktadır. UNESCO'nun hazırladığı McBride Raporu'nda, medyanın işlevleri sıralanırken, öncelikle “haber ve bilgi sağlama” görevine vurgu yapılmaktadır. Söz konusu raporda medyanın bireylerin toplumsallaşması, toplumsal amaçlar için motive edilmesi ve toplumsal değerlerin belirginleşmesi gibi öncelikli görevleri üzerinde durulmaktadır (1993:15). Çok genel olarak yer verilen bu işlevlerin öncelik sırası, özellikle 80’li yıllardan itibaren bütün dünyada egemen olmaya başlayan neo-liberal politikalarla birlikte değişmiştir. Bu değişim içindeki en önemli itici güç,

** Dr., Boğaziçi Üniversitesi,Uzman

*** Yrd. Doç. Dr.,Yeditepe Üniversitesi, Öğretim Üyesi

insanların sahip olduğu serbest zamanın kullanımının eğlence kültürüyle özdeşleşmesi ve bu eğlencenin medya aracılığıyla topluma yayılmasıdır. Artık medya öncelikli olarak bireylerin “iyi vakit geçirmesini “ sağlayan bir araç konumuna indirgenmiştir. Bunu yaparken de herkesi birbirine benzeten, standartlaştıran bir araç haline dönüşmeye başlamıştır. Böylece, medyada her şey kitle tüketimi içinde sergilenir hale gelmiştir. Gardels’in deyimiyle, *gösteri sanayileşmiştir*(1998:6). Bu gösteri çağı aslında bir ölçüde Roma dönemini hatırlatmaktadır. Tıpkı Roma’da halkın eğlenmek üzere stadyumda toplanması gibi, insanlar da televizyonun başında toplanmaktadır. Örneğin, Sabastian de Grazia, günümüzde serbest zamanın medya yoluyla kitlelere yönelik bir eğlence biçiminde geçirilmesini, Roma’da yaşananlara paralel olduğunu belirtiyor ve ekliyor; “Sirk tıpkı televizyon gibi günün her saatinde devam ediyor. Biz modern dünyanın Romalılarıyız” (De Grazia, 1962:330). Mekânlar ve malzemeler değişse de, toplumun törensel bir eğlence kültüründen duyduğu hazzın değişmediği görülmektedir. Rekabetin kuralları belirlediği, yarışmaya katılacak olan “kurban”ın seçilme ve hazırlanma ritüelleri, adayın kazanma mücadelesi sırasında çektiği acılar ve bu acıya topluca katılım ve bundan alınan hazzın eşlik ettiği törensel atmosfer, günümüzdeki yarışma programlarının insanlık tarihindeki diğer örneklerinden pek de farklı olmadığını göstermektedir.

Baudrillard, günümüz gösteri çağını, bir hiper gerçeklik çağı olarak nitelendirmektedir. Ona göre bu postmodern dönemin bir ürünüdür, postmodern medya ortamında enformasyon ve eğlence, imaj ve siyaset arasında bir sınır kalmamıştır. Televizyonda haber programları ya da belgeseller, sundukları hikâyeleri çerçevelemek için dramatik ya da melodramatik kodlar kullanarak gittikçe programlarını bir eğlence şovuna çevirmekteler. Bu gelişmeler, enformasyon ve eğlence arasındaki sınırların birbirine karıştığı bir *enfo-eğlence* çağında yaşandığını açıkça göstermektedir (Aktaran: Best-Kellner, 150). Her şeyin incelikli bir şekilde şova dönüştürüldüğü bu çağda, medya ve onun en etkili aracı olan Tv’den beklenen öncelikli işlev, herkesin eğlendirilmesi ve memnun olmasının sağlanmasıdır. Bu ortamda haber programları ve hatta belgeseller bile eğlence programları biçimine dönüşmüştür. Bu eğlence anlayışının masum ya da ideolojiden bağımsız olduğu düşünülemez, hatta Erdoğan’a göre böyle düşünmek ciddi bir yanılıdır. Zira her eğlence türünün bir tarafı, bir ideolojisi vardır (2004:18).

Medya ve onun en önemli temsil aracı olan televizyon, bir eğlence aracı olarak yıldızını her gün parlatırken, bir yandan da toplumdaki kültür ve ideolojinin yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Son yıllarda üretilen kültür ve ideoloji, kazanan ve kaybedenlerle, bunlardan haz almaya dayalı bir sistemi empoze etmektedir.

Çalışmada, yukarıda özetlenen teorik arka plan doğrultusunda, Amerika’da yaşanan Büyük Buhran döneminde giderek popülerleşen ve umut kapısı haline gelen yarışma programlarının acımasızlığı gözler önüne seren, *Atlari da Vururlar** adlı film analiz

*Atlari da Vururlar adlı film, Horace Mc Coy’un (1935)’de eserinden aynı adla 1969 yılında Sydney Pollack tarafından sinemaya aktarılmıştır.

edilecektir. Sözü edilen film, günümüzde de olduğu gibi, ekonomik kriz dönemlerinde yarışmaların bir çözüm yolu olarak sunulmasına ve her şeyin bir eğlence atmosferi içinde unutturulmamasına yönelik olarak çarpıcı bir örnek oluşturmaktadır.

Yarışma Programlarının Gelişim Süreci

Türkiye özellikle 90'lı yıllardan sonra televizyon programları içinde yarışma programlarıyla tanışmıştır. Batıdaki orijinallerinden taklit edilen bu programların Türkiye’de ve Dünya’da geçirdiği format değişikliklerine bakmadan önce, konuya yarışmanın kelime anlamını irdeleyerek başlamak, yol gösterici olacaktır. Red House’da yarışma (**contest**) kelimesinin içeriği, “müsabaka, mücadele, tartışma, münakaşa, iddia ve bahse girme” olarak tanımlanmıştır (1993:206). Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde ise, yarışma “ticarete üstünlük kazanma çabası” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Bu tanımlar ışığında yarışma, daha çok bilgi ve yeteneğe dayanan bir rekabet olarak algılanabilir.

Görsel-işitsel medya araçlarında yayınlanan ilk yarışma programlarının içeriği de genel olarak bu tanıma uygun düşmektedir. Yarışma programlarının ilk örnekleri İngiltere’de 1940’lı yıllarda radyoda başlamıştır. Bunlardan ilki, Brains’dır. 1950’li yıllarda yarışma programları, BBC kanalıyla televizyona transfer olmuştur. Bu türün önde gelen örnekleri arasında, What’s My Line (1951), Double Your Money (1955), Take Your Pick (1955) gibi programlar gelmektedir. 1970’li yıllarda yayınlanan Mastermind adlı program, Çarkıfelek adıyla Türkiye’de de uzun yıllardır yayınlanmaktadır (Tunstal’den aktaran, Yaylagül, 2009: 248).

Tv’de yarışma programları ilk kez yayınlanmaya başladığında, daha çok savaş gazilerinin, evde sıkılmış ev hanımlarının, hayal kırıklığı yaşamış gençlerin ilgisini çekmekteydi (Hoerschelmann, 2000:178). Tipik bir bilgi yarışmasının formatında, kişilere sabit, görünüşte adil, kurallara bağlı, herkesin eşit şansa sahip olduğu bir rekabet ortamı sunulurdu (Goedkoop’tan aktaran Hetsroni, 2005:386). 1960’lardan, 1990’ların sonuna değin, daha düşük prodüksiyonlu, çekici olmayan hediyelerin verildiği yarışma programları yapıldı (Hetsroni, 2005:388). Bu yarışmalarda bilgi karşılığı para kazanılıyordu ama “kumar” olarak tanımlanmıyordu (Aydoğan, Tosun ve Tığlı, 2004(b): 88).

Ancak, yarışma programlarında, popüler tüketim kültürünün de etkisiyle, 1999 yılında Amerikan ABC televizyonunun geliştirdiği bir formatla yeni bir döneme geçildi. Bu kanalda yayınlanmaya başlayan “Kim Milyoner Olmak İster?” adlı yarışma programının, prime timedda yayınlanmaya başlaması, yayıncılıkta da yeni bir dönemin başladığının bir göstergesi olmuştur. Program kısa zamanda Amerikan halkının yaklaşık yarısına yakını tarafından izlenen şaşırtıcı bir başarıya ulaşmıştır (Hestroni, 2005:388).

Türkiye’de ise yarışma programları tarihine baktığımızda, ilk yarışma programının 1963 yılında İTÜ Tv’de yayınlanan Talih Kuşu olduğu görülmektedir. Yarışma, dönemin ünlü sunucularından olan Halit Kıvanç ile Vural Tekeli tarafından hazırlanmış ve liseliler arasında gerçekleşmekteydi.. Bu program da şu andaki yarışma programları gibi formatını yurtdışından almıştır. Halit Kıvanç, Alman televizyonlarında gördüğü bir yarışmayı Türkiye’ye getirmiştir. Ancak, bu bir bilgi yarışması değildir. Yarışma, temel olarak bir futbol topunu küçük bir delikten geçirmeyi başarmaya dayalıdır. Bu yarışma programı izleyicilerin büyük beğenisini kazanmış ve yıllarca sürmüştür (İSMMMO Araştırması, 13).

Türkiye’de yarışma programları 1980’lerde tek kanallı dönemde, tüketim toplumuyla tanışıldığı yıllarda ortaya çıkmıştır. İlk yarışma programlarında bilgi karşılığında verilen hediyeler pahalı şeyler değildir. Ancak, 1990’larda Tv kanallarının artması ve 24 saat yayıncılığa geçilmesi ile birlikte durum tamamen değişmiştir. Tüketim toplumunun etkisi bu programlarda da açıkça görülmeye başlanmıştır. İnsanlar medya aracılığı ile hem yüksek yaşam düzeylerinden haberdar olmaya başlamışlar, hem de bu programlarla kendilerinin de o seviyelere çıkabileceklerine inandırılmışlardır (Aydoğan, Tosun, Tıgılı, 2004(b):88).

Özal’lı yıllardaki liberal ortamda ve popüler kültür zemininde daha da gelişip serpilme olanağı bulan yarışma programları, televizyon tarihindeki ilk ilginç örneklerini vermiştir. Cenk Koray’ın *Tele Kutu* ve Erkan Yolaç’ın *Evet-Hayır* adlı programları ilk anımsanacak örneklerdir. “Yarı popüler, yarı ciddi sayılabilecek bu programların genel özelliği, o dönem medya ekonomi politiğinde yaşanan sessiz dönüşümün de habercisi gibidirler” (Köse, 2006:65).

Bu dönüşüm içinde, yarışma programlarında bilginin para kazanmak için önemli bir araç olduğuna yönelik inanç, daha çok Avrupa ya da Amerikan patentli yarışma programlarının getirdiği yeni formatlarla önemini yetirmiştir. Şans faktörünün ön planda olduğu bu yarışma programlarında, okuma yazma bilmeyen birinin bile şansına bağlı olarak milyonlarca para kazanabilmesi mümkün hale gelmiştir. Bu programlarda (**quiz show**) doğru tercihler yapmak önemlidir. Üstelik artık bu tür programlara katılan insanlar, yarışma programlarını para kazanma aracı olarak gördüklerini açıkça belirtmektedir. Bu kişilere yarışmadan kazandıkları parayı ne yapmak istedikleri sorulduğunda, kredi kartı borçlarını ödemek, arabalarını yenilemek, ev almak biçiminde yanıtlar alınmaktadır (Aydoğan, (2004(c):63–64).

1980’lerden günümüze değin, Dünya’da ve Türkiye’de gelir dağılımı bozulmuş, enflasyon ve ekonomik krizler yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kumar, at yarışları, spor toto, sayısal loto, milli piyango, 900’lü telefon hatları, yarışma programları bir yandan yurttaşın cebindeki son kuruşunu dahi alırken, bir yandan da kaybedenlerin yine kazanma umutlarını sisteme bağlamalarına neden olmuştur. Bu arada, Amerikan rüyasına paralel bir Türk rüyası yaratılmış, ses, güzellik, dayanıklılık, dans gibi yarışma programlarıyla

pragmatik bir felsefe toplumu egemen kılmıştır. Medya, bu dönemde toplumsal çelişkilerin üzerini örten ve sisteme bağlılık vaaz eden pragmatik yeni bir “dinin” aktarıcısı olmuştur. Tüketim kültürünü egemen kılmada yarışma programları, sosyal bir çimento olarak, sistem açısından emniyet supabı işlevi görmektedir. “Çünkü tüketebilmek için para gerekmede ve yarışma programları da zaten izleyiciye bunu sunmaktadır” (Yaylagül, 2009: 263–264).

Özetle yarışma programlarının geçmişi bir yandan 1940’lı yıllara dayansa da, temelde insanlar ne bugün ne de dün birbiriyle yarışmaya başlamıştır. Örgütlü yaşama geçişle birlikte, o örgütlü yaşamın doğasına uygun ve onu destekleyen veya karşıtlığı üreten yarışma kendiliğinden gelmiştir (Erdoğan,2004:17). Özel mülkiyet ilişkileriyle birlikte maddi ve maddi olmayan şeyler gasp edilmiş ve gasp artarak devam etmiştir. Sözü edilen gaspın geniş kitlelere ulaşması ise televizyon sayesinde olmuştur. Televizyon, eğlence misyonu içinde, “ekmek ve sirk oyunlarının” modern versiyonu olan yarışmalar ve eğlencelerin günlük tüketimin de zorlayıcı bir güç olmaktadır (Charon, 1993:186). Bu bağlamda, çalışmanın devamında televizyondaki yarışma programlarının nasıl modern dünyanın “ekmek ve sirkine”ne dönüştüğü, *Atları da Vururlar* adlı filmin analizi üzerinden irdelenecektir.

Modern Dünyanın Ekmek ve Sirk: Yarışma Programları

Dünya’da ve Türkiye’de yarışma programlarına katılma yönündeki çılgınlık tüm sınırları zorlayarak artmaya devam ederken**, bu programları hangi ekonomik, toplumsal, kültürel ve psikolojik ihtiyaçların çıkışı gibi çoğalttığı sorusu sürekli tartışılmaktadır. Her ne kadar, bu sorunun cevabının toplumdan topluma farklılık göstermesi beklense de, bu programların temel olarak benzer bir ideolojik argümana yaslandığı gözlenmektedir. Bu argüman, temelini eşitsizlikten almaktadır. Fiske’nin belirttiği gibi “Modern toplumlarda; güç, iktidar ve ödüller eşitsiz bir biçimde paylaştırılmıştır. Bu eşitsizlik, sınıflar, ırklar ve cinsiyetler arasında ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte sistem, aynı zamanda bu eşitsizliklerin eşitlenebileceği bir dünyanın varlığından bahsetmektedir. Yarışma programları, sözü edilen toplumsal eşitsizliklerin dengelenmesine aracılık edebilecek önemli bir araç olarak sunulmaktadır. Çünkü yarışma programları ödül kazanmak için herkesin eşit koşullara ve haklara sahip olduğunu vaaz eder (AktaranYaylagül, 2004: 186).

Tarihsel süreç boyunca Dünya’da ve ülkemizde yaşanan ekonomik krizler, eşit koşullara

*

* İstanbul Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası’nın 2009 yılında, “Hayaller Yarışıyor” adıyla yaptığı araştırma, Türkiye’de yaşanan bu çılgınlığa dair çok ilginç sonuçlar ortaya çıkarmıştır. 2,5 milyon kişi her türlü yarışma için sırada beklemektedir. “Var mısın Yok musun” adlı yarışmaya 1,4 milyon kişi başvururken, Çarkifelek’e başvuranların sayısı ise 500 bine ulaşmıştır. Söz konusu araştırmanın sonuçlarına göre, televizyondaki yarışma programların ilgi günden güne artıyor. Türkiye nüfusunun yarısından fazlasının (%60) 18 yaşın üstünde olduğu ve yarışmalara katılabilmek için 18 yaşından büyük olma şartının arandığı dikkate alındığında, Türkiye’de her 100 yetişkinden 15’inin televizyonlarda yarışmacı olmak istediği ortaya çıkıyor (İSMMM Araştırması, 2009: 13).

sahip olmanın öneminin tabanda en çok hissedildiği dönemler olmaktadır. Yaşanan sıkıntılar bir yandan insanların kendilerini daha fazla çaresiz hissetmelerine yol açarken, bir yandan da insanların umutlarını tüketmektedir. Umudu tükenen insan toplulukları, her türlü toplumda tehlike işaretidir. Tarih bu tehlikelerin yarattığı sonuçlar ve çözüm örnekleriyle doludur. Bu çözüm örnekleri arasında, Roma İmparatorluğu döneminde ilk örnekleri yaşanan “Ekmek ve Sirk” uygulamalarının modern versiyonları dikkat çekicidir. Roma İmparatorluğu’nun çöküş döneminde savaştan ve yoksulluktan bıkmış Roma halkını sakin tutmak adına İmparator Vespasianun Augustos (9-79) tarafından Collesium’un (*anfiteatrum flavium*) yapımına başlanmıştır. Onun ölümünden bir yıl sonra açılan Collesium’da ekmek ve sirk (**Panem et Circenses**) eğlenceleri bir anlamda barışı korumak için gerekli olan reçeteyi vermekteydi: bedava ekmek ve eğlence. Yılın yarısından fazlasında, halka bedava ekmek ve gösteri sunulmaktaydı. Bu gösteriler içinde hayali deniz savaşları, hayvanların birbirini öldürdüğü savaşlar, klasik mitoloji oyunları ve tabii ki en bilineni gladyatör dövüşleri yapılmaktaydı (<http://en.wikipedia.org/wiki/Colosseum>).

Collesium’daki aktiviteler, halkı eğlence yoluyla oyalamak ve onların ayaklanmalarına engel olmak amacıyla yapılıyordu ancak, burası temelde mevcut ideolojinin ve sermayenin devamını sağlayan bir yerdi. Çünkü bir yandan bu yarışmalarda oynanan bahisler yoluyla kazanılan para ve güç vardı, diğer yanda ise imparatorluğun gücünün de gösteri yeri idi. Collesium’daki eğlencelere katılan Romalıların rolü, modern dönemin sıradan TV izleyicisinin durumunda olduğu gibi, yalnızca “izlemeye” dayalıydı. Gladyatör dövüşleri aslında, kitleleri siyasetten uzaklaştırmanın ve hastalıklı kamu ruhunun göstergesidir (Aydoğan, 2004(a):12).

Horace Mc Coy’un (1935) “*Atları da Vururlar*” adlı eseri, adeta Roma’da Vespasianun Augustos döneminde ortaya çıkan “**Ekmek ve Sirk**” eğlencelerinin ortaya çıktığı dönemden esinlenerek kaleme alınmıştır. Eser, özellikle Sydney Pollack tarafından sinemaya uyarlandıktan sonra çok daha fazla ses getirmiştir. Başrollerini Jane Fonda (Gloria), Michael Serrazin (Robert) ve Gig Young (Rocky)’ın paylaştığı film 1969 yılında dokuz dalda Oscar adayı olmuştur. Film, 1930’lu yıllardaki Büyük Depresyon yıllarındaki Amerika’yı anlatmasına rağmen, özellikle içinde bulunduğumuz dönemde de güncelliğini ve gerçekliğini korumaktadır. Belki de bu gerçeklik ve güncellik hiçbir zaman kaybolmayacaktır. Çünkü film, konu edindiği 30’lu yılların gerçekliğini anlatmasına karşın, yaşadığımız çağın karmaşasına da ışık tutmakta, günümüzü de tüm katı gerçekliği ile tarif etmektedir. Filmin uyarlandığı eser, hiç kuşkusuz absürt varoluşçuluğun en iyi örneğidir. “Kitaba basit bir bakış, okuyucunun onu çaresiz, zayıflamış bir toplum içinde, düzenbazların sömürsünün anlatıldığı, ya da Hollywood rüyasının bir parodisi, ya da daha kötüsü, Büyük Buhran zamanının yeni para kazanma yolları ile yardım kuruluşlarını yaratan bir sosyal sistemin kanıtı olarak görmesine yol açabilir.” Kısaca, hikaye, pişkin, sonunda evlat edinilmiş olduğunu öğrendiğimiz Gloria

Betty ile Robert Svyerten'in ölümle sonuçlanacak, tesadüfi karşılaşmasını anlatıyor. Yavaş yavaş, patlamaya dönüşecek olan eziyet ve yarışmanın korkunçluğu, Robert'in başta umut dolu ünlü ve zengin olma hayallerinin yerini alıyor. Kitap dansçıların acımasız bir tonda, rakiplerini yenmeye çalışmalarındaki parçalanmışlıklarını anlatıyor (Richmond, 1971:91-92).

Yüzlerce insanın karnını doyurmak, bedava konaklama ve nihayetinde her şeye rağmen ayakta kalıp, hayatını döndürecek para ödülünü kapma uğruna helak olduğu dans maratonunu anlatırken McCoy, adeta günümüz TV yarışmalarının ana şablonunu sergilemektedir.

Filmde yarışmacılar, her iki saatte bir mola alıp, 1500 saat dans etmekte ve bunu 1500 dolar kazanmak için yapmaktadırlar. Bu çerçeve bize hiç yabancı değildir aslında, çünkü günümüzde televizyonda yayınlanan "Dokun Bana", "BBG", "Var mısın, Yok musun?", "Yemekteyiz" gibi izleyicileri ekranların başına toplayan yarışma programları temel olarak büyük ölçüde kurgularını bu esere ve filme borçludur. Bu dans yarışmaları günümüzde televizyonlarda gösterilen her türlü bilgi, eğlence ya da dayanıklılığa dayalı her türlü yarışmaların öncüsü sayılmaktadır.(Coşkun,2005:10) Aslında değişen hiçbir şey yoktur. Şimdi de yarışma programları katılanlar ve seyredenler için, yaşanan ekonomik krizin umut, heyecan ve eğlence aracı olmuştur. Bir anlamda yarışma programları izleyicilere verdikleri bu umut ve heyecan duygusuyla Yaylagül'ün (2004:183) 'de belirttiği gibi bir "külkedisi masalı" vaat etmektedir. Bu masal sayesinde insanlar, sosyal, ekonomik ve siyasi sıkıntıların gerçekliğinden kaçmaktadırlar. Filmin daha ilk sahnesinde karizmatik sunucu ve şovun yapımcısı Rocky'nin (Gig Young) açılış konuşması bu programların temel ideolojisini yani insanların hangi ihtiyaçlarına cevap vermeyi hayal ettiklerini özetlemektedir;

Rocky: "Kaderin dansına hoş geldiniz bayanlar baylar. Pistte dönüp duracağız. Ve bu sadece başlangıç. Sürdükçe sürecek. Peki ne zaman sona erecek? Ancak bu saf, pırlanta gibi gençlerden son ikisi kaldığında. Son iki dansçı bir sağa bir sola giderek, tökezleyip topallayarak, ayılıp bayılarak umutsuzluk ve yenilgi denizini geride bırakıp zafere ulaştığı zaman. Tek bir çift, yıpranmış bedenlerle yitik hayallerin üstüne basa basa... buradan çıkacak ve 1500 gümüş dolarlık büyük ödülümüzü alacak. Işıkları açın çocuklar.

Bayanlar baylar, işte Kader Saati. (Bu saat dansın başlangıç ve bitiş saati) Tek ödül var. Dans pistinden tek bir çift, şöhret ve servete uzanacak. Pes edenlerse, teslim olanlarsa atılacak! Doğru, kurallar çetin. Ama çetin bir dönemden geçiyoruz. Büyük önderimiz Herbert Hoover'ın deyimiyle, refah iki adım ötede. Peki ekonomik krize ne diyoruz biz? İşte bunu diyoruz.(Burada argo olarak ifade bulunmaktadır) Haydi alkışlayın dostlar!"

Günümüzde hala aynı ekonomik krizler yaşanmaktadır, tek fark artık yarışma programları yaşamak için gerekli temel şeyleri kazanma aracı olmaktan öte, “daha fazla nasıl tüketebilme şansına sahip olunur”un adresi olmuştur. Yarışma programlarıyla üretilen, materyalistik yaşam ve bu yaşamın ideoloji ve bilincidir. Dolayısıyla yarışma programları, tüketim kültürünün teşvik edildiği en önemli popüler kültür formlarına dönüşmüştür. Maddi mallara tutkunun sürekli yayılması, insanları tüketim açısından tatminsiz bir hale getirmektedir. Her zaman daha çoğunu tüketmeye yönelik bir eğilim oluşmaktadır. Daha çok tüketebilmek ve daha çok kazanmayı gerektirir, bu durum kaçınılmaz olarak kumar oynamayı ve riske girmeyi getirmektedir (Fiske’den aktaran Yaylagül, 2004: 85). Bu kumar ve risk yarışma programlarına daha başvurma aşamasında kendini göstermektedir. İlk başta bu programlara katılmayı kabul ettiğiniz andan itibaren özgürlüğünüzden feragat etmeniz beklenir. *Atları da Vururlar* filminde bunun çok çarpıcı diyalogları şu şekilde yansımaktadır. “Hepiniz feragat formu doldurun. İmzalayın, sonra resmi yarışmacı numaralarınızı alırken bize verin.” Bu yaklaşım, bizim ülkemizde de şu anda televizyonlarda yayınlanan birçok yarışma programı için geçerlidir. Örneğin, son günlerde çok popüler olan *Var mısın Yok musun?* adlı yarışma programının başvuru formlarında, yarışmacıya ait fotoğraflar v.b. bir çok kişisel bilgi istenmektedir. Yarışmaya kabul edilen kişinin imzaladığı anlaşma metninde ise neler olduğu tam bir muammadır. Yarışmacının hangi promosyon ürünlerinin malzemesi olacağı ya da yarışmayla ilgili ne kadar bilgi verme özgürlüğü olduğu tam olarak bilinmemektedir.

Yarışma programlarına başvuran kişiler için önemli olan şeylerden birisi de, bir şekilde mevcut durumlarından sıyrılmayı başarmak, onlara vaat edilen dünyanın içine adım atabilmektir. Bu noktada tekrar esere ve filme göz atılacak olursa, Gloria, Robert ve Alice başta olmak üzere, yarışmacılar Hoolywood’a girmek için önlerine çıkacak ilk fırsatı beklemektedir. Gloria, Robert’e dans ederken şöyle söylemektedir, “...Bir gecede yıldız olabilirim. Hepburn’e ve Margaret Sullivan’a bak, ya da Josephine Hutchinson’a...”

Türkiye’deki yarışma programlarından çok kısa süreliğine de olsa ünlü olanların çokluğu da bunun bir örneğidir. Gerçekten istedikleri bu mudur? Bilinemez ama en azından umutsuzluklarının sürüklendiği yerlerden birisi burasıdır.

Filmde Gloria’nın, gerçekte ne istediği Robert ile aralarında geçen konuşmada ağzından şu kelimelerle dökülür: “*Cesaretim olsa sana ne yapacağımı söyleyeyim: Kendimi bir pencereden dışarı ya da bir arabanın önüne atardım. Ben bittim. Bence bu berbat bir dünya ve ben bittim. Ölsem daha iyi olur, etraftaki herkes de öyle. İçine girdiğim her şeyi mahvediyorum.*”

Bu düşünce bizi Tekelioğlu’nun (2009:9) da üstünde durduğu “ezik” lere ve onların başarısızlıklarının sürekli hatırlatılmasına götürmektedir. Yaşamda kendilerini ezik

hissedenleri seyredenler, bir yandan onları hayatın kurbanları olarak görmeye başlarlar. Üstelik bir yandan da onları seyretmekten zevk alırlar. Filmde bunun en acımasız örnekleri, on dakikalık maraton yürüyüşünün yapıldığı sahnelerde görülmektedir. İzleyiciler, yarışmacıların kaderini belirleyecek olan bu acımasız maraton yürüyüşünü seyretmeye sunucunun (Rocky) aşırı heyecanlı ve dramatik sunuş cümleleri sayesinde iştahla hazırlanmaktadır.

*Rocky: “Birazdan Büyük Yarış’ı seyredeceksiniz. En çetin enerji ve dayanıklılık sınavıdır bu yarış. 10 dakikalık bir yıkımdır. Heyecan verici bir maceraya hazır olun. Naçizane fikrimce bundan hepimizin alacağı dersler var. Yarışmacılar, **hayat otoyolunda** yürürken birinci olmanıza gerek yok. Ama sona da kalmayın! Tam 10 dakika tur üstüne tur atacaklar. Mendillerinizi hazırlayın dostlar. Çünkü üç çifte veda edeceğiz.” En çetin enerji ve dayanıklılık sınavı bu.*

Yarışmacılar bu maraton yarışında acı, bitkinlik ve yıpranmışlıkla mücadele ederken bir yandan da yarıştan geri kalmamak için diğer yarışmacı arkadaşlarını ezmeyi göze almaktadırlar. Çünkü yere yığılanlar için geri sayım başlamaktadır. Kaybedişin geri sayımı...

Yaşanan çok ciddi bir trajedidir, insanların birbirlerini ezercesine yarışmaları ve izleyenlerin de buna tezahürat göstermeleri, çok ciddi bir patolojik göstergedir. Başkalarının yaşadığı trajediden, acıdan nasıl bu kadar zevk alınır? Bu sorunun yanıtını sadece o anda yaşanan trajedi bağlamında ve ölçeğinde değil, yarışmacıyı bir “**kurban**” olarak gören izleyicinin psikolojisinde aramak gerekir. Frazer’in yaptığı araştırmalar, kurban kavramının nasıl evrensel bir “**ikon**”a dönüştüğünü bize açıkça göstermektedir. Günümüzde kurban olgusu basit anlamının çok ötesinde bir içerik kazanmış durumdadır. Dinler, ulus, millet, cemaat kavramları ve totaliter yaklaşımlar kurban kavramını kahramanlıkla iç içe kullanmaktadır. Gerek arkaik dönemlerde yapılan armağan törenlerinde ve gerekse çeşitli dinlerde, Allah’a olan inanç gereği sunulan kurbanların bir hazırlık evresi vardır. Kurban özenle hazırlanır, süslenir, yaşayacağı acı, ritüelin bir parçası sayıldığından, o acıyı yaşaması için seçilmesi dahi onun adına bir yüceltmedir. Kurban edileceği sunak da bu yüceltmeyi yansıtacak şekilde, törene katılanların etrafına toplandığı yüksekçe bir yere kurulur. Günümüzde Tv’de yayınlanan yarışma programlarında da adaylar, yarışmacı olarak seçildiklerinde benzer bir seremoni eşliğinde (alkışlar, ısıklıklar, tezahhüratlar v.b.) yarışacakları bölüme alınmaktadırlar (örneğin, Var mısın Yok musun? adlı yarışma programı). Yarışmacının orada yaşadığı başarı ve başarısızlıklar karşısında verdiği tepkilere, gerek diğer adaylar ve gerekse izleyiciler topyekun eşlik etmektedirler. Topluca yapılan

bir ayın gibi, yarışmacı üzüldüğü ağladığında, diğerleri de benzer tepkiler vermekte, acıdan kendilerinden geçmektedirler. Pascal bu aşamada yaşananları şöyle tarif eder, “rasyonel akıl yürütmeleri bir kenara bırak ve kendini sadece ideolojik ayine teslim et, anlamsız jestleri yineleyerek kendini aptallaştır, sanki zaten inanıyormuşsun gibi davran, inanç kendiliğinden gelecektir” (Pascal’dan aktaran, Zizek,2002: 54).

Arkaik ve dini kurban ritüellerinde, ne amaçla yapılıyor olursa olsun kurban törenlerine bir “cömertlik” duygusu eşlik eder; kaybedilerek ulaşılan bir merteye ve bunun getirdiği tatmin duygusu hâkimdir (Mauss,1954: 11). Yarışma programlarında da, benzer şekilde kazanan pek yoktur ve yukarıda sözü edildiği gibi, yarışmaların atmosferine kaybedenin acısından alınan garip bir haz duygusu hâkimdir. Bu açıdan benzerlik olduğu düşünülebilir ancak, burada temel farklılık, adayın kişisel kurtuluşu için kendisini gönüllü olarak kurban etmesidir. Sistemin fakirleştirerek bu tür programların dağıttığı promosyonlara muhtaç ettiği adaylar/kurbanlar, bu promosyonlardan biraz kapabilmek uğruna, o sunakta kendi kendilerinin kurban edilmesine razı olurlar. Dolayısıyla yarışma programlarında kazanamayanlar, sonuçta çektikleri acıyla ve hayal kırıklığıyla başbaşa kalırlar, arkaik ya da dini örneklerinde olduğu gibi, bir tatmin, yücelme, arınma v.b. duygular yaşanmaz. Diğer adaylar ve seyirciler de kaybedenin yaşadığı trajediye sözde ortak olurlar. Bu durumdan alınan haz ve acının yarattığı tatmin düzeyi, yarışmadan çok nadir de olsa kazanarak ayrılanların ardından yaşanmamakta, hatta yarışmanın trajedi dozu azaldığında, programın reytingi düşmektedir.

Trajedi, insanın sahip olduğu ama açığa çıkarılmasını istemediği bir durumdur. Tekelioğlu bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “Başkalarının başarısızlığından en çok zevklenenler, kendisinin de başarısız olduğunu düşünen, kendine güveni düşük kişilerdir. Roma’da, gladyatörleri aslanlara yedirmek için çığlık atanların başında **Plepler** gelirdi” (2009:9). Bu günde yarışma programlarına bakıldığında, kimin daha fazla trajik durumu varsa, halkın onu alkışladığı ve daha fazla trajedi görmek için avuçlarını ovuşturduğu, moda tabiriyle parmaklarını çalıştırarak ona destekleyici mesajlar gönderdiği söylenebilir.

Yarışma programlarında yarışan kişiler / kurbanlar, “gerçek insanlar” olarak sunulmaktadır. Yarışma programlarının ideolojisi açısından bakıldığında, durum son derece anlaşılırdır; izleyenlere etten, kemikten oluşan, her haliyle, dış görünüşü, hikâyesi ve çaresizliğiyle kendine benzeyen, sıradan ama ilginç hikâyeleri olan insanları sunmak reyting getirir. Filmde de acımasız dans yarışmasına katılanlar arasında ilginç hikâyeleri olanların daha gözde olduğu ve daha sıkı takipçilerinin olduğu görülmektedir. Bu kişiler ya da çiftler, daha kolay sponsor bulmaktadırlar. Hamile bir kadın, eski bir denizci, eski bir artist, güçlü bir kadın gibi..... Söz konusu programlarda sürekli bir zevk alma, eğlenme atmosferi yanında, orada olan bitenin inandırıcı olması da gerekmektedir. TV izleyicisi,

ekranda gördüğü hikâyelerin inandırıcı olmasını beklemektedir. Özellikle, yaşanan her krizde insanların daha fazla ekranların başına toplanmaları destekleniyorsa, bu kaçınılmazdır.

Filmde yarışan insanların neden gerçek yani sıradan insanlar gibi görünmesi gerektiğine yönelik ilginç bir sahne bulunmaktadır. Filmde, Alice (Susannah York) eski bir film yıldızıdır. Kaybettiği hayatını güzel kıyafetleriyle saklamaya çalışır. Yarışma sırasında Alice'in elbiseleri çalınır. Giysileri çalan kişinin, yarışma programının sunucusu ve sahibi olan Roky olduğu anlaşılır. Roky'nin giysileri çalmasının arkasındaki nedenler, tam da bu noktada “gerçek insan” algısının ne anlama geldiği Robert ile aralarında geçen diyalogda belirtilir.

***Rocky:** Yarışmayı izlemeye gelenler adam başı 20 senti, güzellik salonundan yeni çıkmış gibi görünen Alice'i... seyretmek için vermiyorlar. Kimin kazanacağı umurlarında değil. İster siz kazanın, ister James'le Ruby, Mario ve Jackie ya da lahana bebek kazansın. Tek istedikleri biraz sefillik görmek. Bu sayede kendilerini daha iyi hissediyorlar. Buna hakları var.*

Alice, Buckingham Sarayı'ndaki partiye gidiyormuş gibi görünürse bu yarışmaya nasıl inanabilirler ki? Alice büyüğü bozuyordu. Şimdi o da görünmesi gerektiği gibi görünüyor. Artık ona da inanabilirler. Yeterince basit mi?

Yeterince kaybeden ve ihtiyacı olan şekilde görünmek şimdiki yarışma programlarında daha da önemli olmaya başlanmıştır. Tekelioğlu'nun belirttiği gibi “ izleyicinin ilgisi zirve yaptığına göre, “zavallıların”, “eziklerin”, “sersemelerin” ekranda bulunmasına bir engel yoktur.(2009:9) Burada çok kısaca hatırlatmak gerekir ki, ilginin sürekli olarak ayakta tutulması, aslında günümüz eğlence tanımının da özünü oluşturmaktadır. Etimolojik olarak eğlence (entertainment), latince inter (among) ve tenere (to hold) kelimelerinden türetilmiştir. “İlginin sürekli ayakta / canlı tutulması” anlamına gelmektedir (Susanne - Strendva, 2008:217).

Bu programlarda zenginliğin, sömürünün bir sonucu olarak değil, toplumsal pozisyonun ve kişiliğin bir fonksiyonu olarak empoze edilmektedir. Böylece servet tarafsızlaştırılıp doğallaştırılır, sınıfların ve ekonomik sistemin dışına taşınarak, eşitsiz dağılımı toplumun dışında, kişiliğe ve şansa bağlanır. Böylece, ekonomik ve eğitim olarak alt seviyede olan insanlar bunun sorumluluğunu sosyal sistemde değil, kendi kişisel özelliklerinde ve şanssızlıklarında ararlar (Yaylagül, 2004:186).

Yukarıda “*Atları da Vururlar*” adlı eserin ve filminin kurgusu ile açıklamaya çalıştığımız, modern dönemin yarışma programlarının da tıpkı geçmiştekilerde olduğu gibi, kazananın olmamasıdır. Filmde Gloria'nın öldürüldüğü sahnede bunu açıkça görmek mümkündür.

Robert'in, Gloria'yi öldürmesi, hemen ardından gelen ve onun bu anlamsızlık ile

mücadelesini özetleyen bir flashback ile devam etmektedir. Robert küçük bir çocukken büyükbabasının, bir çukura basıp ayağını kırdığı için yaşlı Nellie'yi (bir atın adıdır) vurmasını hatırlamaktadır.

“Bir silah sesi duydum. O silah sesini hâlâ duyuyorum. Koştu ve yere düştüm, boynuna sarıldım. O atı severdim. Büyükbabamdan nefret ettim. Ayağa kalktım ve yanına gittim, ayaklarını yumrukladım... O gün daha geç saatlerde o da Nellie'yi sevdiğini açıkladı, ama onu vurmaya zorundaydı.” “Bu yapılabilecek en iyi yürekli şeydi bu” dedi, “Böyle hiç iyi değildi. Bu, onu bu sefil halinden kurtarmanın tek yoluydu.”

Atlari da Vururlar'ın kazananı yoktur. Bu aslında yarışmanın ana temasıyla da uyum içindedir: **hayat maratonunun kazananı yoktur**. Hayat dansı, yoksa **ölüm dansı** mıdır? (Richmond,1971: 99).

Bu hayat/ölüm danslarında, ya da adı ne olursa olsun günümüzün yarışma programlarında, bir şekilde ölümün (kurban edilişin) seyirliğine, izleyiciler de davet edilmektedir. Burada ölümün fiziksel bir yok oluşa dönüşmesine de gerek yoktur. Önemli olan, izleyicilere ekranları başında “Ölümüne Eğlence”yi sunabilmektir.

SONUÇ

Dünya’da ve Türkiye’de iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak yarışma programlarının da değiştiği ve çeşitlendiği bir gerçektir. Aynı zamanda söz konusu programlara başvuru ve izlenme oranları da artmaktadır. Yarışma programlarına olan bu ilgiyi hangi sosyal, ekonomik, siyasal, psikolojik ve kültürel faktörlerin artırdığı ile ilgili olarak farklı görüşler bulunmaktadır. Bununla birlikte, bu programların dayandığı temel ideolojinin değişmediğini tarihte yaşanan örnekler bizlere göstermektedir.

Roma Dönemi’ndeki “**Ekme ve Sirk**” uygulamalarından, Amerika’da yaşanan Büyük Buhran dönemindeki dans yarışmalarına kadar sözünü ettiğimiz türdeki yarışma programlarının arka planında aynı ideolojinin yattığını gözlemlemek zor değildir; temel ideoloji “halkı ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal sıkıntılardan uzak tutmak!...” olarak gösterilse de gerçek bu değildir. Temel amaç, kitleleri en ucuz ve en kolay yöntemle denetim altında almak ve sistemin meşruiyetini devam ettirmektir. Bu programlarda her şey bir şovun parçasıdır; bir yanda insanların çaresizliği vardır, diğer yanda ise, kapitalist sistem içinde ezilenlerin trajedisi bir eğlence atmosferi içinde sunulmaktadır. Seyirciler ise, başkalarının trajedilerini garip bir zevk duygusuyla izlemektedirler. Yarışma programlarının formatı gereği, yarışmacı adeta bir **kurban sunağında**, çeşitli duygusal dalgalanmalar yaşamakta, seyirci de sözüm ona bu duyguları onunla paylaşmaktadır. Ancak, istatistikler göstermektedir ki, yarışmacı orada ne kadar trajik anlar yaşıyorsa programın reytingi artmakta ve seyirci de

o ölçüde yüksek ilgi göstermektedir. Eğer yarışmacı kolay kazanıyor ve programın dramatik dozu düşüyor ise, izler sayısı da düşmektedir. “Sunak”taki kurbanın acı çekme katsayısı ile seyirci sayısı arasında doğrudan bir bağlantının ortaya çıktığı bu programlar, adeta bir katarsis atmosferi yaratmaktadır. Başkalarının ezikliğini izleyerek kendi acılarını hafifletme psikolojisi yaratarak, toplumsal sorunlara çözüm ona çözüm önerisi olarak sunulan yarışma programları, aslında daha çok toplumsal çöküşe bir tür katkı yapmaktadır.

Bu bağlamda, televizyondaki yarışma programlarının, tarihsel sürece bakıldığında da görüleceği gibi, ekonomik krizlere bağlı olarak ortaya çıkması ve geniş kitleleri etkisi altına alması bir tesadüf değildir. Roma İmparatorluğu’nun çöküş döneminde artan “Ekmek ve Sirk” eğlenceleri, Amerika’da Büyük Buhran döneminde artan televizyondaki yarışma programları ve günümüzde gerek Amerika ve gerekse Avrupa ülkelerinde yayınlanan ve ülkemize aynı formatlarla aktarılan programlar, yine ekonomik sistemin yaşadığı önemli kriz dönemlerine denk düşmektedir.

Yarışma programları, ekonomik krizlerin etkilerinin toplumsal olarak algılanma düzeyini kontrol altında tutmak ve yönlendirmek açısından önemli araçlardır. Toplumun bu dönemlerde yöneleceği ve yönetim açısından tehlikeli olabilecek eylemleri engellemek, onların dikkatini ve umutlarını başka araçlara yönlendirerek kontrol altında tutmak açısından yarışma programları biçilmiş kaftandır. Umut ve acının harmanlandığı bu programlar, yarışmacılar ve seyirciler için topluca yapılan bir terapiye dönüşmektedir. Bir süreliğine de olsa gerçek hayatın sıkıntılarından uzaklaşmakta, hem eğlenilmekte hem de geleceğe dair umutlar yapay da olsa canlı tutulmamaktadır. Sunaktaki kurbanın (yarışmacının) ne kadar dramatik bir sonla yarışmayı bitireceğinin ise artık önemi yoktur, çünkü hayatta herkes şanslı değildir, “*kader*” bazılarını daha şanslı yapmaktadır. Burada önemli olan *şans*ı iyi kullanabilmektir, fırsatları iyi değerlendiremeyenler ise kaderlerine *razı* olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Aydoğan, Filiz,(2004a). “Kitle Kültürü ve Sirk Kültürü”, *MediaCat Yayınları, Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*, 9-27.
- Aydoğan, Filiz, Tosun, Babur Nurhan. Tıgılı, Mehmet (2004b) . “Televizyondaki Yarışma Programlarına Eleştirel Bakış ve Kurum İmajı”, *MediaCat Yayınları, Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*,83–101.
- Aydoğan, Filiz (2004c). “Bilginin Araçsallaşması ve Bilgilendirici Olarak Medya”, *MediaCat Yayınları Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*, 57–69.

- Best, Steven - Kellner, Douglas, *Postmodern Teori* (1998). Çev: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Charon, J. Marie, *Medya Dünyası* (1993). Çev: Oya Tatlıpınar, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Coşkun, Zeki(2005). *ABD-Türkiye Hattında Güldüren, Öldüren Yarış Atları da Vururlar*, Önsöz yazısından, İstanbul: Yeni Yaz Yayınevi.
- De Grazia,Sebastian, (1962), *Of Time Work and Leisure*, New York:The Twentieth Century Fund:
- Erdoğan, İrfan(2004). “Tv’de Popüler Yarışma: Modern Gladyatörlerin Kansız Ölümü”, *Bilim ve Ütopya*, Nisan 2004, 16–19.
- Gardels, Nathan (1998).“Soğuk Kuşatmadan Eğlendirmeye: Medya Sanayi Kompleksinin Yükselişi”, *NPQ*, (1998), cilt:1, say: 3, 6–7.
- Hetsroni,Amir(2005). “ Globalization and Hierarchy through the eyes of a quiz show”, *The European Journal of Social Science Research*, (2005). 18:4, 385-405.
- Hoerschelmann, Olaf(2000). “Beyond the Tailfin:Education and Politics of Knowledge on Big Money Quiz Shows”, *Journal of Communucition Inquiry*, 24; 28April 2000, 177-194.
- Köse, Hüseyin(2006). “Magazin Medyası ve Gençliğin Nevrotik Evrimi ”, *Selçuk İletişim Dergisi*, (2006), Cilt:4, Sayı:2, 61-70.
- MAUSS Marcel, *The Gift*, (1954), Illinois, U.K.:The Free Press Glencoe,
- McBride, Sean ve diğerleri,(1993). *Bir Çok Ses Tek Bir Dünya*, Çev: Ertuğrul Özkök ve diğerleri,,: Ankara Unesco Türkiye Milli Komisyonu Yayını,
- Richmond, J. Lee (1971). “A Time to Mourn and a Time to Dance: Horace McCoy’s (They Shoot Horses, Don’t They)”, *Twentieth Century Literatara*, (Apr.,1971), Vol 17,No: 2, pp.91-100.
- Redhouse İngilizce(1993) - Türkçe Sözlük, İstanbul: Redhouse yayınevi.
- Sperring, Susanne-Strandvall(2008). “Viewers Experiences of a TV Quiz Show With Integrated Interactivity”, *Journal of Human Computer Interaction*, (2008), 24 (2), 214-235.
- Tekelioğlu, Orhan(2009). ”Ver coşkuyu, acıt canı, kap reytingi”, *Radikal İki*, 24 Mayıs 2009.
- Yaylagül, Levent(2009). “Yarışma Prgramları, Tüketim Kültürü ve Kültür Emperyalizmi”, *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*, Der: Banu Dağtaş-Erdal Dağtaş,: 240-267.
- Yaylagül, Levent (2004). “Yarışma Programları ve İdeolojisi” Eğitim. *Popüler Kültür ve Gençlik, Özel Sayısı* (2004:5), Sayı: 57, 180-188.
- Zizek, Slavoj(2002). *İdeolojinin Yüce Nesnesi*, Çev.Tuncay Birkan İstanbul: Metis Yayınları.
- İSMMMO Araştırması, (23.01.2009) “Hayaller Yarışıyor”, Sayı:2009/3. http://archive.ismmmo.org.tr/docs/basin/2009/bulten/23012009_HAYALLERYARISYOR.pdf , 1-13
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Colosseum>
- www.tdk.gov.tr

Özet

Türkiye’de Televizyon endüstrisinin popüler kültüre armağanlarından biri olan yarışma programları, özellikle 2000’li yıllardan itibaren hızla artmıştır. Bu programlar bir yandan ”gerçek” ve “sıradan” kişilerin hikâyelerini ekrana taşıırken, bir yandan da yarışmacılara “kendilerini sunma”, bir tür “pazarlama” fırsatı vermektedir. Andy Warhol’un da belirttiği gibi, söz konusu yarışmalarla herkes 15 dakikalığına ünlü olma şansını yakalayabilmektedir. Yarışma programları, sıradan insanların “ünlü” olma hayallerini beslerken, küresel dünyanın “zenginliğine” ulaşmanın en kestirme yolu, bir tür umut kapısı olarak empoze edilmektedir. Yarışma programlarının ve katılmak için başvuran kişilerin sayısındaki artış ile, Dünya’daki ekonomik krizler arasında yadsınamaz bir ilişki olduğu söylenebilir. Sözünu ettiğimiz iki veri arasındaki doğrudan korelasyon, 1929 Buhranı’yla birlikte ilk örneklerini göstermiştir. New York borsasının çöküşüyle başlayan ve tüm dünyaya yayılan bu kriz, Horace McCoy’un ünlü eseri “Atlari da Vururlar” ortaya çıkarmış, eser daha sonra Sydney Pollack tarafından uzun metrajlı film olarak çekilmiştir.

Atlari da Vururlar adlı film, “Kim 500 milyar ister?”, “BBG”, “Pop Star”, “En Zayıf Halka”, “Dokun Bana” ve “Çarkıfelek”, ve son zamanlarda çok popüler olan “Var mısın Yok musun?” gibi yarışma programlarına da bir ölçüde ilham kaynağı olmuştur. Film, 1929’da Amerika’da yaşanan Büyük Buhran’da, krizden kurtulmak umuduyla bir grup insanın ödüllü bir dans yarışmasına katılmasını, ve onların trajik öykülerini anlatmaktadır. Türkiye’nin uzun yıllardır içinde bulunduğu ekonomik sıkıntılar ile bu yarışmaların popülerlik kazanması arasında da paralellikler gözlenmektedir. Örneğin, “Var mısın? Yok musun?” adlı yarışmada, sunucu, yarışmacılar, yarışmacı yakınları, stüdyo konukları ve izleyicilerden oluşan geniş bir grup, hep birlikte orada, o anda yaratılmış, suni mutlulukları ve hüznleri paylaşmaktadırlar. Bir yandan “zengin” olma hayalleri kurulurken, bir yandan da krizle baş etmek için bir çeşit toplu terapi yapılmaktadır. Krizin dozu artıkça, yarışma programlarına başvuran kişilerin sayısı da artmaktadır.

Araştırmanın temel sorusu; “Yarışma programları, yalnızca gerçeklik televizyonunun bir aracı mı, yoksa toplumların sosyal ve ekonomik türbülanslarının medyadaki yüzü müdür?”

Yukarıda kavramsallaştırmaya çalıştığımız konu için gerekli veriler, “Atlari da Vururlar” filminin içeriğinden ve Türkiye’deki yarışma programları çerçevesinden yararlanılarak oluşturulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gerçeklik Televizyonu, Atlari da Vururlar, Yarışma Programları, Ekonomik Kriz.

ABSTRACT

The number of Quiz Shows increased since 2000’s as the icons of popular culture. These programs allow the broadcasting of the stories of ordinary people, on the other hand, they also provide opportunity to the contester to present themselves through the TV. As Andy Warhol said,

each people would have a chance to be a celebrity for *15 minutes* by the several forms of shows. Apart from this, they are also perceived as a short way of catching the rich global world and personal hoping. There is a close relationship between the increasing number of quiz shows and the global economic crisis. The direct correlation between these two parameters was observed in 1929, during the American Great Depression when the New York stock exchange collapsed. The effect of the mentioned crisis is observed in the Horace McCoy's novel named as "They Shoot Horses Don't They?" which after a while was filmed by Sydney Pollack.

"They Shoot Horses Don't They?" has been an inspiration to several quiz shows until today, such as "Who wants 500 billion?", "BBG", "Pop Star", "Touch Me" and the latest popular one "Deal or No Deal?" etc. The film is about the competition of a group of people in a dance organization, and their tragic stories about struggling with American Great Depression.

It can be observed that, the increasing popularity of the quiz shows in Turkey also in relation with the economic crises which is influenced daily life for the recent years. For example, a wide group which is consisted of testers, presenter, close relatives of testers', viewers at studio share produced happiness and unhappiness during the most popular quiz show "Deal or No Deal?" They make a kind of group therapy for to be reach and manage the result of current economic crisis. The more the effect of economic crises is increasing the more candidates willing to the shows are increase.

The main question of the research is; "Are the quiz shows an instrument of the reality TV, or are they the reflection of the society's turbulence on the media." The answers to these questions will be examined from the theoretical background of the film and also theoretical frame of the quiz shows broadcasting on the Turkish TV channels.

Key Words: Reality TV, "They Shoot Horses Don't They?", Quiz Shows,
Economic Crisis.